科技类期刊微信公众平台服务策略

摘　要：本文探讨科技类期刊运营微信公众平台的定位、优势、服务对象以及对传统纸刊的影响。通过微信平台为读者提供交互服务、期刊目录、文章、微视频等的推送，对期刊微信公众平台提出运营维护中的建议与服务策略。利用微信公众平台，使读者得到便捷服务，形成更好的黏性关系，与编辑部形成良性互动，微信、纸刊、网站融合发展。科技类期刊应充分重视并运营好微信公众平台，在其中积极展示自身形象，助推期刊发展。

关键词：学术类期刊；订阅号；微信公众平台；媒体融合；期刊发展
中图分类号：G237.5　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）01-118-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.01.048

文 / 张震之

引言

微信是腾讯公司的一款即时通讯软件，截止到 2017 年 6 月底微信和 WeChat 的合并月活跃账户数达到 9.63 亿，已经成为智能移动终端必备软件之一。微信公众平台大致包括两大类，一类为订阅号，为媒体和个人提供新的信息传播方式，主要功能是给用户传达资讯。订阅号内一天内可群发一条消息。另一大类为服务号，为企业和组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，主要偏向为服务类交互应用。服务号一个月内仅可发送四条群发消息。科技类期刊可以选择订阅号为读者发送热点文章等，也可以利用服务号为今后杂志经营和有偿服务打下基础。现在学术类期刊由于其自身专业类媒体属性，使其应用最多的就是订阅号的方式。学术类期刊的订阅号可以定位于学术类期刊移动展示平台，集中以“富媒体”的形式展示文章内容，增强读者和科技类期刊之间的黏性，更好地为读者和订阅者服务，进而实现期刊微信公众平台和纸刊良性发展，良性促进 [1]。目前，在科技类期刊中微信公众平台普遍应用不高，黏性不强。编辑部需要利用微信公众平台，建立了良好的用户体验，为科技类期刊打开一面大众“富媒体”之窗。

1. 微信公众服务平台可以为学术类期刊做延伸服务

1.1 提供便捷的交互服务形成有机共同体

在微信公众号内部嵌入网站投稿、审稿系统的链接，使作者、审稿专家通过微信中的无缝链接，使得手机成为移动办公的工具。但受到手机屏幕、系统运行速度等的制约，投稿和审稿的用户体验相对较差，但是相对于其他，查询的功能最受到作者的欢迎，加上系统可以记住用户信息等特点，使作者随时随地在微信公众号中可以查询到稿件的状态，不受办公场地，办公机器的影响 [2]。

1.2 推送期刊目录、优秀文章

科技类期刊应了解自身的处境，定期推送所办期刊的目录、有特色的文章。选取在微信推送的文章一定要具有一定的代表性，或者作者具有一定的权威性。如作者属于行业内公认的院士、教授、领军人物，自身就非常受关注，其写出的文章必然也具备较高的水平，在微信中推出，可以第一时间传播，第一时间推广，不受纸刊出版周期的制约。在优秀文章推送的过程中，充分利用微信具有便捷、高效传播和轰动效应等的特点，编辑在微信中将与文章相关的内容、知识点以图文并茂的形式展现出来，有利于文中内容的传播。在微信文章最后的阅读原文中可以做网站全文内容的链接，使有兴趣、有专业需求的读者可以进一步下载文章 PDF 版、HTML 以及 XML 等格式的版本，第一时间将文章的“原汁原味”呈现到读者面前 [3]。对期刊即年 Web 下载率等指标必然有所帮助，打造微信公众号实现小传播单效果最大化的长尾理论 [4]。

1.3 结合杂志自身的特点

由于杂志版面的制约，纸质载体的局限性，在微信公众号中推送微视频、访谈的音频可以起到意想不到的效果 [5]。比如医学类外科期刊对于手术具体操作进行全方位的展示，往往在纸刊不好理解的动作、技巧在视频、动图中能够得以充分地体现。皮肤类期刊可以采取图片或者动图的方式在公众号展示皮肤病的鉴别，特点等等。中医针灸、推拿手法的演示，病例、病案图片的演示等等也可以通过公众号进行集中展现，呈现的效果比纸刊的效果强很多。如在《天津中医药》2017 年 8 期发表的一篇《名医精粹》文章，刊载了一篇《贾英杰主任以“调”代“补”辨治乳腺癌术后疲劳综合征》的文章，随后编辑部对天津市名中医、肿瘤科贾英杰主任进行了访谈，在微信公众号中推出微视频，视频中贾主任对如何理解

以“调”代“补”，以“调”代“补”的临床应用原则做出了解释和说明，解决了中医临床医生在面对肿瘤病人的困惑。该视频一经推出，立即在读者之间、临床医生之间产生了巨大的反响，通过公众号下面的阅读原文功能，进一步满足了读者、临床医生阅读原文的要求，同时在编辑部购买、邮购本期杂志的读者也显著增多，使得编辑部要求印刷厂进一步加印本期杂志。透过这一具体的实例，充分体现出微视频—公众号—网站—纸刊的联动效应，以微视频为这一事件源头，形成轰动效应，层层递进，层层助推，有力地宣传了文章、宣传了期刊、同时对于被采访人自身也起到推广传播的作用。被采访人与编辑部形成一个有机结合体，由一名投稿人，充分利用期刊公众号的平台，也得到推广，形成共赢。之后，天津中医药编辑部在此次访谈的基础上，形成有特色“名家说”特色微视频访谈栏目，在读者、临床医生中取得了巨大的反响，在中医期刊中独树一帜，颇具特色。

1.4 提高编辑对投稿文章的敏感度

充分利用微信中“统计”功能，项目中有用户分析、图文分析、菜单分析、消息分析、网页分析等内容。与期刊编辑密切相关的是“图文分析”中全部图文一项。通过图文页中 30 天内的图文页阅读、原文页阅读、分享转发、微信收藏等具体数字和趋势图，可以对图文页阅读趋势和次数做出具体的分析，并导出 Excel 表格，方便编辑们直观分析读者对一篇文章的真正需求与关注点，进而指导编辑在选稿、组稿的过程中，做出甄别，精中选优，做出正确的选择与判断。

利用微信公众平台中提供的文章是从图文页阅读或是公众号会话打开，或者从朋友圈打开、分享转发、微信收藏人数等指标具体分析每一篇推送的文章，选取一定的时间段具体分析。对于要推送的文章，具体采取哪一种方式进行推广更加高效，立竿见影，提升期刊编辑部推广效率，事半功倍[5]。

1.5 增强与读者之间的互动

在微信中通过投票的功能，可以对期刊封面进行选取，或者对栏目文章的顺序、杂志选题等项目做出投票，让读者选出自己心中最理想的杂志封面、最想看到的文章、最感兴趣的专题等等，既避免科技类期刊编辑自身思维的“禁锢”，又增强了杂志的传播性，互动性以及轰动性，这些都是在以前纸刊、电脑时代编辑们想实现而实现不了的功能，现在充分利用微信公众平台的投票功能简单几步就可以实现，几天甚至几个小时就可以了解读者内心最真实的需求，最迫切的想法。

充分利用精选作者留言的功能。运营者在后台挑选出比较有价值的新颖的观点进行显示，可以促进读者和作者、读者和运营者之间的互动。以前，编辑们在办公室绞尽脑汁也猜不到读者看到学术文章的内心感受与疑惑，通过留言，使得编辑部们瞬时清楚文章阅读者内心感受，同时通过编辑这个“媒介”，可以使读者和作者进行沟通，答疑解惑，相互切磋，共同进步。同时使科技类期刊运营者向着更好的方向运营，使运营者更加开拓思维，增长运营维护经验，提升运营维护的效率，充分打破传统纸刊、网刊内容的限制[6]。

2. 微信公众服务平台应用过程中需要注意的问题

2.1 良性互动

在微信公众号中发布的文章既可以单一的、人与人的方式推广传播，也可以通过建立的微信群、朋友圈等的方式一对多的推广。在微信群和朋友圈中推广，由于订阅者在专业背景、成长经历、年龄结构、受教育水平、兴趣爱好等有着或多或少的交集或相似性，往往会起到意想不到的轰动效应。由一个关注点进而关注一本杂志，进而持续关注，并最终转化为忠实的读者甚至成为期刊的投稿作者，这样的例子很多。在微信公众号中的文章，在商业上已经类似于软件的“试用版”，游戏中的“预览版”以及超市、商场中的促销试用品，在期刊的推广上起着重要的作用。

多渠道宣传期刊微信公众平台。利用杂志的封面、杂志的网站、APP 中做杂志公众号的推广，领用学术会议的机会推广杂志微信公众号，利用主管、主办单位的资源，充分利用行业协会，比如科技期刊学会、中医药学会、中西医结合学会等积极推广，增加关注度，形成杂志与微信公众号的良性互动。利用网站、邮箱等与专家、学者、作者、读者沟通、交流的过程中，在邮件中插入微信公众号的二维码图片、名片，使得参与编辑部日常工作中的每一人感知编辑部微信公众号的存在，并积极参与其中，充分利用。结合学术期刊纸刊、学术期刊网站以及学术期刊微信公众号平台三个平台的优势，形成立体多为网络，使得杂志文章的传播立体化和层次化[7]。

2.2 推送节奏适宜

科技类期刊在微信公众平台上推送的文章不用过多，也不宜过频，更应该尽量避免虎头蛇尾，三天打鱼两天晒网等情况的发生，文章发布数量的波动较大会造成公众号关注度持续下降。据统计，在公众号中的发文量的多少并非与关注度呈正比。说明公众号中期刊文章的内容是关键[8]。

编辑部应该尽量克服困难，不应该遇难则退或者抱着小打小闹、浅尝辄止的心态开发公众号，科技类期刊应量力而为，有计划、有意识、有步骤地调整和固定公众号的发文量，使期刊公众号更好、更健康、更持续地运营。试想如果一本科技类期刊，受众面有限，专业性

很强，时而中止文章的推送时，时而发文过多，会有多少读者愿意持续订阅，持续阅读呢？

2.3 符合微信公众平台特色

由于微信平台上的受众、读者群有其自身的阅读习惯以及固定的阅读时间，一般使用微信阅读不同于以前利用整段时间集中阅读的方式，而是大部分利用碎片化的时间，如“地铁上”“等人时”“睡觉前”，由于期刊编辑部认证的订阅号一天只能发送一条消息，所以在推送时间中的选择就尤其重要，比如在 16 至 18 或者 20 点至 21 点之间推送，在读者订阅号的相对偏上的部位显示，方便读者的选取和阅读，有利于文章的打开率和阅读量，进而保持读者对公众号的参与度 [9]。

微信有其自身的特点，自身的受众群体，学术期刊编辑应该积极转表自身的惯性思维，使得语言结构、语言表现形式、文字特点等、微信的阅读习惯，提高订阅者的阅读兴趣，增加读者的敏感度、新鲜度。同时，一定要注重版权规范，注意网络语言的运用是否合理等在网络上衍生出来的一系列问题。

结语

科技类期刊编辑部在运营维护微信公众号的过程中，要充分注意每一个细节。在细节处着手，从订阅号被订阅的第一时间起，从欢迎语言的选取、栏目的选择、回复功能的设计等等力求形式新颖、不呆板，语言活泼、简洁，吸引眼球，符合微信活跃受众的审美特点，推送公众号的时间等细节处入手，把握“互联网 +”的特质，与纸媒、网站形成良性促进、良性互动、协调发展 [7]。微信，这一媒体平台，可以让订阅者扫一下即可关注这本学术期刊，也可以随便一点就取消关注，所以学术期刊编辑、新媒体编辑应时时刻刻保持活力，时时刻刻警醒，增强公众号的阅读舒适度，文章的可读性，语言的活泼度，使订阅者永远有新鲜感，永远不感到审美疲劳 [10–11]。

利用好、应用号微信这个服务平台，在微信公众号这个平台上，多维度全方位展示科技类期刊，把握好微信公众平台的发展机遇，充分利用微信的发展红利，认清微信公众平台的各项要求和规定，充分了解其内在逻辑和受众需求，使期刊纸刊、网刊、微信公众平台三者互相促进、互相融合发展，促进科技类期刊更快更好发展 [12–14]。媒

参考文献

[1] 肖骏，谢晓红，王淑华 . 学术期刊微信公众平台定位及其意义——从学术期刊与微信公众平台差异的视角分析 [J]. 编辑学报，2017，29（3）：275–277.

[2] 黄锋，辛亮，黄雅意 . 高校学报微信公众平台的发展现状和运营策略研究 [J] 中国科技期刊研究，2016，27（1）：79–84.

[3] 武晓耕，韩俊，樊云飞，等 . 科技学术期刊微信公众号的选择策略分析 [J]. 编辑学报，2017，29（4）：384–386.

[4] 湛 江 . 大学学报微信公众号的发展趋势及思考 [J]. 中国科技期刊研究，2016，27（12）：1279–1284.

[5] 郑壮丽 . 长尾理论与互联网时代科技期刊发展 [J]. 中国科技期刊研究，2017，28（9）：810–814.

[6] 黄雅意，辛 亮，黄 锋 . 期刊网站和微信公众平台的耦合发展策略研究——以中国科技核心期刊为例 [J]. 中国科技期刊研究，2016，27（5）：497–502.

[7] 冯秋蕾 .APP 在医学期刊出版中的应用 [J]. 中国科技期刊研究，2015，26（4）：370–375.

[8] 张伟伟，李燕，赵文义，等 . 供给侧视域下的学术期刊数字出版发展路径 [J]. 中国科技期刊研究，2017，28（2）：151–155.

[9] 骆欢欢，刘美兰，郭桃美，等 . 学术期刊运营微信认证服务号的优势分析——以《新中医》期刊运营微信认证服务号为例 [J]. 编辑学报，2017，29（5）：475–478.

[10] 恽海燕 . 学术期刊微信公众平台的应用与推广 [J]. 编辑学报，2016，28（6）：577–580.

[11] 谢 征 . 科普期刊微信公众号的特色与提升 [J]. 编辑学报，2016，28（6）：581–583.

[12] 周华清 . 科技期刊微信公众平台运营指标与模式研究 [J]. 中国科技期刊研究，2015，26（12）：1289–1294.

[13] 刘星星，崔金贵，盛 杰，等 . 学术期刊微信公众平台运营中的优势转化及实践盲点 [J]. 中国科技期刊研究，2016，27（2）：207–211.

[14] 武瑾媛，俞 敏，袁 睿 . 科普期刊的全媒体报道实例 [J]. 科技与出版，2017，36（5）：36–40.

（作者单位：天津中医药大学学报编辑部）